

駅前商店街の今と昔：二つの商店街のフィールドワークを中心に（特集 地域振興と民俗学）

著者	陳 競
雑誌名	比較民俗研究
号	29
ページ	176-190
発行年	2015-03-31
その他のタイトル	Shopping Districts Around Train Stations, Now and Then : Focusing on fieldwork on two shopping districts
URL	http://hdl.handle.net/2241/00127823

駅前商店街の今と昔 —二つの商店街のフィールドワークを中心に—

陳 競[※]

一、はじめに

今日はいわゆる都市民俗学とは、単に都市部で調査がなされたというのではなく、そこに都市の特質やあり方との関連を志向しようとするものである。たしかに都市というフィールドはいわゆる民俗の古型を求めるのには適していない（福田アジオ・宮田登 1995）。だから、郷土研究だけでなく、都市民俗研究を行う時でも、日本人の独特な感性・習慣・意識を配慮しながら、日常生活規範と人間関係のあり方から分析することは重要だと考えられる。今まで、十分に組み込まなかった諸点や、現代化の都市生活の中でさまざま起している都市民俗の問題を、「地域振興・再生」、「町づくりと活性化」、「文化の伝承・再創造」などをキータームにして調査研究に取り組んでいきたい。

商店街に関する研究は、商科や経営学や社会学専門の学者の著書が多いようだけど、民俗学や人類学の立場から商店街を研究しているものは少ないのだ。塚原伸治氏が書いた『経営戦略としての「伝統」—地方都市小売業における伝統的商慣行の選択—』（塚原伸治氏 2010）に民俗学の視点から家族間の関係や顧客との日常的な付き合い、あるいはその他の社会関係に目を配っている。ただし、経営学にとってエスノグラフィック・アプローチというのはオーソドックスな手法になっているので、商店街の民族誌はすでにいくつか書かれている。もともとエスノグラフィーを書くことを得意としているはずの民俗学や人類学が、あとからエスノグラフィーを取り入れたはずの、経営学やマーケティング研究に大きく遅れをとっているのは事実のようだ。

市が立つところは神聖な場所で、たとえば古くから、虹が立つと、必ずそこに市を立てなければならぬという習慣があった（網野善彦 2000）。市は市神という市の守護神がいるように、交易の原初的な性格から見える宗教的な要素が多分に含まれている。現代の商店街の年間イベントスケジュールの中で、「六の市」・大道芸・お神輿巡行などの宗教的風習がまだ根強く残っている。民俗を発見する場が、従来農村・山村・漁村という生業のはっきりした地域社会に求められていたことは確かである。それに対して都市社会は、日常生活を支えている母体之余りにも流動的であり、伝承されていく際の基盤に欠けているという前提があって、民俗調査はやり難いものと判断されてきたと宮田登氏が指摘したが、都市のお祭り、ないし商店街のお祭りやフェスタから都

※ 暨南大学外国語学部准教授、神奈川大学大学院歴史民俗資料学研究科研究員

市民俗の様相が少しでも伺えるだろう。

一方、住宅地の郊外化や、市民の生活スタイル・意識の変化によって、商店街は全体的に衰退へ向かう傾向がある。また、バブル崩壊の時はもちろん、2008年に起きたリーマンショックは日本のほとんどの産業・業種にその影響を及ぼし、商店街も例外ではなく、さらに苦境に立たされることになった。2009年の1年間で、日本全国で400の商店街が消滅したと言われている。これらの商店街はただ消えただけではなく、庶民の生活史も破壊されたと考える。ショッピングセンターが林立するモール化する都市の中で、商店街は如何に地域固有の特性である風土や歴史を生かして生き残るのか、更に地域のまちづくりと活性化につながる新しいスタイルの商店街に変身することができるかどうか、これからの大きな課題と言えるだろう。

今回の調査地として、地域に密着している歴史が古い、且つ大学と連携している駅前型の六角橋商店街と元住吉・オズ通り商店街に絞っている。

六角橋商店街（横浜市神奈川区）は横浜橋通商店街、洪福寺松原商店街、大口通り商店街と並んで、横浜四大商店街（「三大」、「二大」とも諸説があって、厳密に定義できない民間の説である）と呼ばれているが、神大に近いので若者が多く足踏みをしているところであり、戦後の復興期の面影が残される細いアーケードに昔ながらの乾物屋さんや肉屋さんなどがあって、映画やテレビ、CMなどのロケにもよく使われているところから、調査地に選定した。

元住吉商店街（川崎市中原区）は同じく東急東横線ができた時に生まれた古い商店街であるが、地域活性化のために有名なキャラクターのオズの名を借りて、オズ通り商店街という名称に改称した。多様の活動の取り組みで、2013年の1月に神奈川県公益社団法人商連かながわによる「かながわ商店街準大賞」（元町商店街に次ぐ、神奈川県内449商店街の中9団体の一つとして選ばれた）を、そして2013年11月に、「子ども若者育成・子育て支援功労者」として担当大臣表彰を受賞した。その取り組みに注目し、調査地に選定した。

二、調査地である商店街の概況

1. 六角橋商店街

昭和2年、城郷村大字六角橋から横浜市に編入し六角橋町となる。旧綱島街道は古くから小机－神奈川宿間の街道筋であり、付近の農村から農産物や生糸（きいと）が横浜方面に運ばれるため、農家相手の商店が多くあった。東急東横線の開通によって徐々に店舗が集まってきて、昭和26年頃まで規模のある商店街の形は出来てきた。アーケード街（旧仲見世）は戦時中道路幅を広げたが、終戦の為、その跡に現在の商店街が生まれました。戦後すぐにバラックが集まる闇市として発展し、現在の商店街の形となっていく。かつては横浜市電六角橋線（路面電車）が横浜上麻生線（かみあさおせん）上を走っており、多くの買い物客で賑っていた。昭和43年まで市電の終点（六角橋交差点付近で、現在の六角橋一丁目1番に切符売り場があった）でしたので、商店街も当時の横浜で一、二争ってとても繁盛した。

横浜市営地下鉄ブルーラインは当初、六角橋の住宅街地下を通り横浜駅と新横浜駅をほぼ直線

で結ぶはずであった。しかし反対運動で現在の三ツ沢－片倉廻りのルートに変更され、六角橋は通らなくなった。その後は全国的な商店街衰退の波に逆らえず、2店舗あったスーパーマーケットのうち「ギヌヤスーパー」が撤退し、「ピーコックストア」のみとなった。2つあった映画館（「白鳥座」「紅座」）もなくなった。

現在、六角橋商店街は東急東横線白楽駅の南西、旧綱島街道に架かるふれあいのまちのアーチ間六角橋商店街大通りの約300mの両側と、並行するアーケードふれあい通り（小路、旧仲見世）とファミリー通りの入口までの約160店舗で成り立っています。神奈川大学から白楽駅に至る旧綱島街道は車が通れる道路だが、商店街を訪れる人と学生の往来が激しいうえ道幅が狭いため歩行者天国状態である。すれ違うのがやっとの「仲見世通り」の両側に、パン屋、雑貨屋、総菜屋、肉屋、魚屋、八百屋、天ぷら屋、おもちゃ屋など、どこの商店街にもある定番の店から、今ではあまり見かけられなくなった乾物屋、金物屋、呉服屋、下駄屋、草履屋、骨董品屋などが所狭しと並んでいる。商店街でただ一つ残った「ピーコックストア」は2008年5月末から改装工事に入り、一時は商店街にスーパーが1つも無いという事態になったが、2009年11月に再オープンした。

六角橋商店街は六角橋商業協同組合、六角橋中央会、六角橋商和会、六角橋興和会の4商店会で連合会を構成し、六角橋商店街連合会組織によって運営され、販売促進などの数々のイベントを企画し、商店街自身の収益事業も展開している。現在、六角橋商店街連合会は役員14名、販促部会・防災部会・ふれあいのまち通り照明部会に組織されている。連合会の役員は60歳前後で、商店街組織にあっては比較的若い。商店街のおかみさんの会「元氣かい」は連合会活動に参画するとともに、手作りの料理をよく披露する。商店街の若者はネットで閲覧できる『六角橋商店街ふれあいまちづくり通信』の作成に関わるなど、日頃から商店街活動には若手が参画し、世代交代の流れは醸生されている。

2. モトスミ・オズ通り商店街

渋谷、横浜からいずれも約20分、東急東横線元住吉は日吉と武蔵小杉に間にある。通称はモトスミであるが、元住吉という地名自体はなく、駅周辺の住所は川崎市中原区木月だという。かつては線路脇にある住吉神社にちなみ、住吉村という地名があったそうだが、大正末期に中原町と合併、地名は無くなった。その後に駅名は元、住吉だったとの意で元住吉となったが、地名としての元住吉はない。

線路を挟んで東西に伸びる2つの商店街がある。東急東横線・元住吉駅東口より出てすぐ始まる商店街はオズ通り商店街だ。こちらは昭和25年頃から商店街としてあったそうで、オズ通り商店街という名称になったのは平成4年だという。映画などで有名なオズの魔法使いにちなんだ名称だ。西側の商店街が平成元年、舗道などのモール化完成にちなんでプレーメン通りという名称になったことを受けて、多くの人知っている名称をという要望から生まれたものだ。

オズ通り商店街の歴史は戦後の闇市に始まり、昭和25年頃から形になったが、古くからこの

地で商売を営んでいる店が多い。現在、商店街で加盟する商店は117店である。駅前立地ということもあり、飲食・サービス業の店・その他事務所などの業務店の構成比が全体の半数以上を占めている。近年、複数店舗展開するチェーン店の支店の数は増大傾向にあるものの、4割程度にとどまっている。精肉店・鮮魚店・青果店の生鮮三品の業種の揃いは維持され、地域内の日常の買い物の場としての機能は失っていない。

しかしながら、平成18年度以降、商店街を取り巻く環境は大きく変化しつつある。その一つが東横線の高架化である。元住吉には車両の車庫があり、そのため回送電車や始発電車の出入りが多く、踏切によって、駅西口の街区と分断されている状況にあったが、工事完成により東西の行き来が楽になった。生鮮三品業・食品スーパーなどを中心に強い集客力を発揮している、駅の西側には約180店で構成されるモトスミ・ブレイメン通り商店街は、より身近なライバルみたいな存在になってきた。

一方、武蔵小杉駅周辺からオズ通り商店街までは、自転車ですら10分程度の距離にあり、元住吉駅周辺のまちづくり・商店街活性化への取り組みが今後の商店街に盛衰を左右する現状となっているといえる。

モトスミ・オズ通り商店街振興組合は現在役員15人、施設管理部・事業部・総務部・財務部・会員部・共済保険部等に組織されている。役員は60代後半～70代の方が多く、高齢化が進んでいる。

三、商店街の実態調査

1、六角橋商店街

①六角橋商店街の運営情况

約十数年前に、新横浜、横浜西口、東神奈川にショッピングセンターが相次いでできて一時お客が商店街に足を運ばなくなり、また商店主の高齢化などによって廃業した空き店舗が多数出てきて、商店街のふれあい通りはシャッター通りになった状態だった。商店街は空き店舗対策などに悩み、再開発に踏み切ろうとしたが、「商店街でタイやソウルのナイトマーケットを開けないか」と考え出し、話題になった。商店街の店舗は大体夜7時～7時半には閉店してしまうので、その店先を貸して、フリーマーケットを開催した。以降、もっと多くの人に知ってもらいたい、リピーターを増やしたいという狙いで、色々な年間販売促進活動・イベントを企画した。例えば、2009年に横浜開港150周年を記念するため、開催されたイベントである。山形県新庄市南本町商店街が店先に100円の商品を出して、お客を呼び込むために始めた「100円商店街」というイベントにあやかって、150円均一の商品やサービスを提供する。その以降、「150円セール」は定番になっている。毎年4月から10月までの毎月第3土曜日の夜には「ドッキリヤミ市場」が開催される。これは、地元の神奈川大学の学生と協力して開催しているもので、閉店後の商店街を有効活用し、フリーマーケットやライブが行われている。他にも、毎月6日に「六の市」、春には「春のドッキリ市」、夏には「サマーセール」「大道芸まつり」、プロレス団体大日本プロレ

スによる商店街デスマッチ、秋には「秋のドッキリ市」「ハロウィン」、冬には「クリスマスセール」と、年中催し物を開いている。

そして、商店街運営の財源として、商店街事務局のそばにある敷地の一部で駐車場を運営したり、4つの空き店舗を買い上げて運営したりしている（店の内容はその時々に応じて決めているが、今はパンやケーキなどの食べ物を扱う店を募集している）。

また、地主とのコミュニケーションをはかりつつ、店舗の業種構成に携わっていく態勢を取っていることも商店街のもっとも重要な役割となっている。

そのきっかけで、再開発に取り残された街は改善に向かい空き店舗がなくなり、近隣の商店街として、地域住民・大学とともに歩んできた。廃業した店が出てきても、まもなく借りたいというオファーが入るようになっていく。

○すぺーすろっかく：

2003年2月に開店した。一階ではミニギャラリーのような空間で、アクセサリ・ビーズ・編み物・陶芸・紙粘土・アートフラワーなど手作りにこだわりを持った出店者にレンタルボックスを貸し出している。二階は生涯学習や市民活動グループ（フラ教室、パソコン教室、親子のサロン）をサポートすることを目的として、グループの事務所代行や貸会議室「たまり場」の使用・活用など、多くの機能を持ち合わせたお店である。現在、市民活動グループが商店街から委託されボランティアで運営している。

○大学・行政・専門家などとの連携――地域まちづくり会議

地域のまちづくり会議を始めたきっかけは次の2つの理由に挙げられる。

平成23年8月8日に、ふれあい通りの入口に近い店舗に火災が発生した。更地になっているところは商店街の裏にある狭いふれあい通りにしか接していないので、今の法令によって新しく建築物を建てられなくなった。それだったら商店街にとっても困るので、将来新しく建てる、古くなって建て替えたいお店のために、尚且つアーケードの町並みをずっと残しておこうという意図を持つことから「建築物等を新築・変更する行為に関するルール」、「街路の使い方やアーケードのつくり方などに関するルール」、「防災・防犯の取り組みに関するルール」を作り始めた。横浜市との調和が図った結果、例えば、ふれ通りは今幅が1.8メートルあるが、今後建物を建てる時、ふれあい通りの中心線から敷地内に後退して、つまり1.35メートルまでセットバックし、幅を2.7メートルにするルールを作った。

一方、商店街の表の大通りから西側の25メートルの幅の敷地は昭和初めの頃に、国の計画道路になったため、そう決められてもう60年以上経っただけで、国の決まったことである以上、「解除してください」と言ってもできないのである。その中で、商店街はどうしようかとなる時に、多額の費用を掛けて再開発するよりも、今のこのままの状態でのレトロ感のある庶民的な、親しみのあるふれあい通りを活かしてまちづくりをしよう、それで商店街のまちづくり活動が始まったのはもう一つの理由だという。

そこで、六角橋商店街連合会では、平成23年の火災が発生した後、災害に強く魅力ある商店

街をつくるために a. 将来のビジョン（理想像） b. 建築物の建て方や商店運営のルール c. ルール運用と防災管理の組織体制づくりを進めている。

六角橋商店街連合会は平成 24 年 1 月に横浜市地域まちづくり推進条例に基づく「地域まちづくりグループ」に登録した。現在、神奈川大学建築学部の先生（山室研究室）、横浜市まちづくりのコンサルタント、区役所区政推進課、経済局商業振興課、都市整備局地域まちづくり課、NPO がともに参加する定期的な検討会を行っている。さらに、平成 25 年 4 月に、六角橋商店街地区まちづくりルール及び組織は認定された上で、六角橋商店街地区まちづくりルール審査委員会を発足し、販売促進部会・環境整備部会・文化情報教育部会を設置した。六角橋商店街地区まちづくりビジョン（案）は以下のように公表されている。

表 1

コンセプト	基本理念
人と人とのふれあいのまち	買物客や商店間のつながりを大切にしまちづくりの推進 ・近隣住民が気軽に安心して買物できる環境づくり ・豊かなコミュニケーションのある通り ・「個性」を大切にした商店街づくり
安心安全なまち	日常の防災防犯を徹底した安心まちづくりの推進 ・安全な歩行環境づくり ・まちの安全に備える日常のルールを設定 ・安全を守る備えを普及
次世代へと受け継がれるまち	古さと新しさを融合させたまちづくりの推進 ・レトロなまちの魅力を守り、育て、繋ぐ活動の継続 ・若い世代もお年寄りも訪れやすく集まれるまちを目指す ・歴史あるまちなみの維持と継承

↓

↓

↓

↓

以上、こういったまちづくりの基本理念を実現する活動と取り組みでまちなみの維持と改善、コミュニケーションの活性化、魅力向上の活動は期待されている。

そのほか、六角橋商店街は神大とのつながりも深い。以前、大学祭を復活したいと活動していた学生たちに機材の貸し出しなどをしたという。それ以来、毎年、神大フェスタに商店街側も出店するなどの協力をしている。そして、最初 4 名だったが、今毎年 40 名ぐらいの学生さん（神大フェスタ実行委員会のメンバー、全員 100 人ぐらい）は会場設営のスタッフとして「ドッキリヤミ市」のお手伝いをし、夏に開催される「商店街プロレス」などを支えている。

地元だけにとどまらず、商店街の活性化につながる地域外との連携として、山形県新庄市の商店街との交流などもやっている。2010 年の秋、新しい商品を開発するため、商店街の婦人部は新庄市南本町で開催された「味覚祭り」に参加した。

②年間活動予定

○ドッキリヤミ市場（4月～10月第3土曜）

戦後の「闇市」のイメージとは違い、夜のフリーマーケットの意味になる。平成9年（1997年）に始まった。参加者は思い思いの商品を店先に並べ、路上ではライブパフォーマンス（ジャズバンドなど）やフラメンコショー、タチアングルス、ベリーダンスなどがバライティー豊かに開かれている。旧仲見世通りの衣料品店もヤミ市で焼きそば、サワーを作ってお客に提供している。大多数は地元の人々で、テレビ・ラジオ・新聞紙・週刊誌などのマスコミに取り上げられ評判は徐々に広まり、神奈川大学のOBも含め今や県内外からもお客が集まるように成ったそう。さらに、「この商店街が面白いなあ」と興味を持ちフリーマーケットをやっていた若者たちの中に、ここで空き店舗を借りて商売を始めた人もいた。

六角橋商店街名物ドッキリヤミ市場が、第6回（平成25年）横浜・人・まち・デザイン賞「地域まちづくり部門」を受賞した。

○プロレス

2010年8月に初めて開催された。そのきっかけは六角橋商店街が中島らも原作の映画「お父さんのバックドロップ」のロケ地として使用され、地元のプロレス団体「大日本プロレス」によるプロレスシーンを撮影することになったことである。8月の「大道芸祭り」と一緒に開催されることになっている。チケット代は2800円で、普通の時の半値になる。商店街だけでなく、地域住民だけでなく神奈川大学の学生さんも大勢参加しており、600名以上の観客を超えた大盛況だそうである。

○ストリート結婚式

7、8年からストリート結婚式を始めた。友人の提灯行列、鏡開き・振る舞い酒、和太鼓演奏・ライブ演奏などがあり、以来3組のカップルが結婚式を挙げた。最初のカップルの新郎はヤミ市で手伝いに来た神大のOBだった。二回目のカップルの新郎は神奈川県商店街連合会の職員であった。去年、テレビの番組の中で商店街で結婚式をやりたいカップルを募集した。2012年10月に、ふれあい通りの空き地にて、商店街連合会会長が神主となり3回目の神前結婚式を挙げた。

商店街への取材は多数ある。例えば、広報よこはま神奈川区版2011年の7月号で、神奈川区内にある地域に密着したサービスを提供している25の商店街の一つとして掲載された。「4月、毎月恒例の『ドッキリヤミ市場』を中止にするなど自粛ムードから支援へ、そして活性化につながるができないかと、被災地の野菜や特産物を商店街で販売する『復興支援市』を5月8日、『横浜“震災復興支援”150円商店街』を6月4日～6日に開催した」、支援に取り組む六角橋商店街は横浜FCと連携して「復興支援市で行った、選手のサイン入りユニフォームのチャリティー抽選会で、子供たちと触れ合う」などと記されている。

2012年6月9日（土）放送「出没！アド街ック天国」（テレビ東京）でも、六角橋商店街が紹介された。

その他、個人店をインタビューすることも含めて、神奈川新聞、雑誌などに多数取材されている。

③個人商店の聞き取り調査

○佐野平洋品屋

Yさん、三代目。初代のおじいさんはおばあさんと二人で昭和16年に足袋の専門店を創業した。昭和20年の横浜大空襲まで神奈川通り（江戸時代神奈川宿の宿場町）で何人かの職人を雇って生地を買ってきて足袋専用のミシンで足袋（季節ごとに正装用、普段用、仕事用）の製造販売をしていた。（戦争中の六角橋は、直撃の爆弾が落ちなかったが、国の方針で白楽の駅から交差点までの大通りのお店が全部壊されて、国に土地を接取された。それは爆弾が落ちた時に、周りに燃え広がらないようにするためだった。戦後、接取された土地は解除になって、建物を建ててもいいといったので、商店街をつくり始めた。そして、昭和40年代、仲見世通りはその真ん中にあった生活排水溝（下水道）を埋めて煉瓦で整備した。）

横浜大空襲で神奈川通りのお店が焼けてしまったので、おじいさんは昭和の23年に六角橋に移った。戦後はもう足袋の時代じゃない、靴下を履く洋服の時代に入ったので、洋品店を開業した。それでも足袋はまだいくら置いてあった。今お祭りの時にも、足袋や半纏をよく売り出す。高度成長期の時、商売繁盛でお父さんはお母さんと朝8時から夜11まで商売をしていた。夜でもお客がいっぱい来たという。当時の商店街にパチンコ屋や映画館があって、すごく賑わっていた。

Yさんからのお話から見つかった問題点は以下のように挙げられる。

a. 昭和初めの頃までは、片倉や羽沢などの農家の人は生産した野菜とか生糸を馬車か牛車に積んで六角橋を通して、神奈川通りの方へ運んで、そしてそういったものを積んで横浜港から輸出したという。→いわゆる六角橋は運行路線の中間にあるので、当時まだお店が少なかったが、奥のほうの農家の人たちはそこで休んだり、帰りにちょっと買物をしたりして田舎へ帰る、そういった中継地点になっていた。

b. 当時の商店街の会長さんは山梨県から材木を取り寄せて、商売をしたい人たちが集まりお店仲見世通りを作った。→だから、仲見世通りは狭いお家をいっぱい作って大勢の人がそこに入って商売ができるようにしたものだ。

c. 地主から土地を買ってきて建物を建てて商売をしている形もあるし、地主から土地を借りて建物を建てて商売をしている形もある。また高齢化になってやっていけないお店は貸し店舗になっているところが多いので、そのお店を借りて商売をしている人もいる。→貸し店舗を利用しているオーナーは家賃を払わなければいけないので、コストが一番高い。

d. 以前あった鰹節屋、貝屋、酒屋などのお店はだんだん無くなった。魚屋や八百屋や肉屋もずいぶん少なくなった。→商店街のお店の業種の形態が変わってきている。

○陽月堂薬局

Hさんは3人兄弟の長男で、3代目。祖父は最初役員として化粧品会社に勤めていたが、当時まだお薬屋が少なかったので、「東横線と市電が通っている場所（渋谷にも近い）だから、六角

橋はいずれに栄えるだろう」と思って、昭和7年にお薬屋を創業した。当時薬種商といって調剤ができないけど、正露丸やわかもとといったような加工された薬を仕入れて販売したという。戦時中、陽月堂は焼け残した。商売をするのに、距離制限という規制とあった時代で、あまり競争相手がなかった。お薬屋の名前は陽月堂だったが、昭和27年に、法人の会社になった時「石原薬局」と変えた。昭和の時代までずっと薬剤師の母親が2代目として石原薬局を支えた。3代目になってから、「キュート」というドラッグストア（平成2年～21年）に変えた。しかし、20年前ぐらい前からドラッグストアは業態店として大きな資本を持たないとやっていけないと分かった時、処方せん専門の薬局を開くために準備を始めた。10年ぐらい薬剤師を育てて、10年前に処方せん薬局の「陽月堂薬局」支店を開設した。そして、4年前、ドラッグストアをやめ5階建てのビルを新しく建てた。そのビルの1階には陽月堂薬局本店が設立され、2階～5階にそれぞれ違うクリニックが4つある。Hさん自身も薬剤師で、東京理科大学を卒業した。当時の入学率は20倍ぐらいだったという。薬局の業務は店内だけでなく、色々な施設（老人ホームなど）を回って、そしてお医者さんと面談することが多い。糖尿病を治療する新しい薬と療法も積極的に取り入れている。最近、耳鼻科や内科などで漢方薬の需要量がすごく増えてきて、漢方薬でしか効かない病気の治療は注目されている。薬局も医師の指示に合わせて、薬品を揃えなければならない。

高校生の息子が一人いるが、薬局関係の商売がだんだん難しくなっているだろうとHさんは思っているので、別に後継いであってなくてもいいと思っている。

Hさんからの話から見つかった問題点は以下のように挙げられる。

a. ドラッグストアがなかった時代のお薬屋はお薬がメインだったが、化粧品や雑貨も少し置いていた。ドラッグストアができてから、お薬（非処方）がメインであるが、化粧品も雑貨も多く置いている。→以前貝屋のような専門の業種店が減った一方、ドラッグストアやスーパー、ホームセンターなどの業態店がどんどん増えてきた。

b. 昔個人がやっているコンビニはたくさんあったが、だんだん大手のチェーン店のコンビニだけが生き残ったように、「薬局も飽和になっていく、個人店の薬局がだんだん消滅するだろう」と予想される。→個人の薬局は生き残すために、一人ひとりの患者のニーズに応じて漢方薬を選んであげるような相談型、しかも単価が高い商売の形になるかもしれない。

c. 日本の保険外の薬は厳しく制限されているので、保険内の薬（全部で何万種もある。陽月堂は2千4百種ぐらい）の取り扱いと混ぜてはいけないという。→中国の医師はそれと正反対で、儲けるために保険外の薬・高い薬ばかり患者に出す。医療保険制度の見直しは急がないといけない。

2、元住吉商店街

①商店街の運営情况

モトスミ・オズ通り商店街は平成3年度（1991年）に法人化し、平成4年度（1992年）に

「オズの魔法使い」をテーマにした商店街のシンボルマークを制定し、平成8年度（1996年）にモール化が完成した。完成後は「地域の人々との結びつき」を意識したソフト活動の展開を模索し、平成10年度（1998年）～平成13年度（2001年）まで毎年8月にサンバカーニバルを行ってきた。こうしたイベントは大きな集客効果はあるものの、その効果が一過性に留まることから、地域交流のイベント「オズ・フェスタ」と名づけたイベントに変更した。平成18年度（2006年）毎年10月の第1日曜日に、駅西側のブレーメン通り商店街の「フライマルクト（Bremer Freimarkt）」と同日に実施するようになった。平成19年度（2007年）には東急東横線の開業50周年を記念して、東急電鉄との連携の下、同社教習所にて「子供運転士体験」を実施し、これも毎年継続されている。

慶応大学との交流も頻繁になっている。平成14年（2002年）に慶應義塾大学のボランティアサークル「ピース・プロダクション」の学生がオズ通り商店街にバザーへの出品を持ちかけてきたことから、地域振興と街の発展に関わる交流が始まった。そして、持続的な商店街の価値作りを目指して、「異世代間交流」をメインに地域密着型の交流事業に着手した。

平成15年度に、「ピース・プロダクション」のメンバーは商店街の空き店舗を借用し、託児サービスと寺小屋塾を柱とし、地域住民の憩いの場として提供する「街なかボランティアピース」と名づけた事業を始めた。平成18年に建設業者から地域開発でマンションを建設する計画で、託児サービスを廃止し、「街なかボランティアピース」を商店街事務所に移したが、次なる子育て支援を発足させる必要があった。そこで、携帯電話・携帯メールに子育て情報を発信し、地域情報や商店街情報も伝えるようになってから、平成24年度の時点で「オズ・ファミリークラブ」に約3000名の会員が集まってきた。そして、会員増加に伴い、より一層の情報機能の強化に取り組んだ。商店街内でWi-Fiコミュニティーを作り、街角ディスプレイやデジタルサイネージを設置した。

②年間活動（平成25年度）

○スタンプリアー

平成25年10月7日～10月13日、11月11日～17日、12月16日～23日の間に復興応援サロン（避難家庭なども参加）を開催した。開催日以外、被災地物産の販売（居酒屋は酒類提供、店内に被災地支援コーナーを設置して雑貨類等販売など）、飲食店の食品提供（東北食材を活用したメニュー・商品）

○オズ・フェスタ

平成25年10月6日に開催した。実施内容：元住吉駅改札前広場にて駅内コンサート（住吉中学・住吉高校）。イベントを盛り上げるために街内パレード（御神興・サンバ・エイサー隊）。クラウン（ピロエ）が街路上でバルーンアートなどを行うとともに、着ぐるみ「おずっちょ」が地域住民とのコミュニケーションを図った。親子がふれあい、楽しめる場として遊具などで遊べる「子ども広場」を街中に設置し、住吉高校生が担当して子供に遊びを提供した。

復興支援関連実施事項：福島物産販売；東北からの避難児童による復興支援カフェ（つながる

場)：復興支援募金

○救命士講習会

商店街の営業時間中などに大震災が起きた場合や、来街者に不測の事態が生じたりした場合などを想定し、商店主が即座に対応できる体制を構築するため、中原消防署との連携によって救命士講習会を開催した。こうした救命士のいる店は『安全 BOOK』に掲載している。

○小学生の街なか安全教室

教室開催の企画・実施は慶応大学商学部学生が行い、当日もグループに分かれた小学校を大学生が引率する形で学生と商店街の間を「街なかでの安全確保」を学びながら移動した。この模様も『安全 BOOK』に掲載する。

○地域住民参加による「街なか避難訓練」の開催（平成 25 年 1 月 20 日）

商店街が立地する地域の本月 2 丁目町会と合同で「街なか避難訓練」を実施した。実施にあたっては、中原区役所・中原消防署・中原消防団・中原警察官の協力が得られ参加人数は町会 80 名・商店街 40 名の計 120 名。訓練は 2 部構成とし第 1 部で街なかで大震災が起きたときに避難場所の公園にて防災訓練（消火訓練・起震車体験・心肺蘇生訓練・煙体感テント）を行った。

○商店街安全・安心 BOOK の第 1 号に引き続き、第 2 号を発行した。「街なか訓練」、「救命士講習会」、「小学校の街なか安全教室」などの状況を掲載するとともに、災害時に役立つ情報として、川崎市や神奈川県が公表している災害関連情報サイトなど掲載した。さらに、市民記者がデザインした商店街キャラクター「おずっちょ」の着ぐるみを制作したことから、このキャラクターの紹介も行った。

○デジタルサイネージにツイッター機能を付加したことで、組合員向けに慶応義塾大学商学部教授とゼミ生によるツイッター教室を開催し、組合員からのケイムリーな情報とともに、災害時の情報も発信可能となった。

③個人商店の開き取り調査

○白洋舎（クリーニング屋）

オーダーの Y さんは 70 代の方。お父さんは五男で、長野の田舎（蚕、りんごの農家）から出稼ぎにきた。15 年間腕を磨いて、洋服仕立て屋を開業した。2 代目は昭和 60 年前から洋服屋とクリーニングの取り次ぎと関連しはじめて（洋服を作ったらクリーニングの密着サービスへ）、平成 15 年まで洋服（メンズがメイン）を作っていた。もちろん長年のお得意さんがいたおかげで、そこまで頑張ってきたが、時代の流れやお得意さんの高齢化でクリーニング屋に変身した。今のお客は 8 割が勤めている、まだ若い世代の女性だ。お店は土日が一番忙しい。お客は持ってくる服はスーツやワンピースが多い。今多様の機能搭載の洗濯機や品質の洗剤があるのに、お客は時間がないから自分で洗えるワイシャツやワンピースも持ってくる。

Y さんからのお話から見えた問題点は以下のように挙げられる。

a. 背広を作ることは当時おしゃれのことだった。旅行へ行く時とか、お正月を迎えるときとか新しい背広を作っていた。背広はレジャーの日に着ていた。今の「ビジネス」という背広のイメー

ジと違っている。→民俗の「ハレ」の日につながる習慣だった。普段着（仕事着）と晴れ着は逆転になった。

b. 公務員が作った年金制度が不平等だ。自営業の人の国民年金がとても低い（自営業で40年以上働いても、65歳から満額で月6万6千円しかもらえない）。お店をやめたくても定休日なしで長時間働かなければならない人が多い。→一億中流階層だと言われてきた日本でも、社会格差が目立つ。

c. 大型店舗・チェーン店の進出、インターネットショッピングの普及で競争激しい。→現代市民特に若い世代の生活スタイルが変わった。

d. 今お店をやっている世代は高齢化を迎えているが、少子化で後を継ぐ人はない。→少子化の中で商店街の高齢化の問題がさらに悪化。

四、商店街まちづくりの現状と問題点

個人商店の実施調査でやはり近年地域開発などで顧客が大型スーパー・ショッピングセンターへ流出していることが現実だということが分かった。

今回着手した商店街個人商店の調査から商店主の生活史及び顧客の様子、つまり都市の庶民生活は一側面でありながら、浮かべてきた。

表 2

個人店名	お店の業種	開業時期	何代目	後継ぎ問題	開業以来の変化
①矢沢商店	金物屋	昭和6年	2代目	80代で、後継ぎなし	文房具、学校教材→建築用金物・作業用工具・家庭用刃物・園芸道具
②西川商店	布団屋	昭和26年	2代目	60代で、長男が3代目予定	布団作り→西川のチェーン店へ
③会田商店	金物屋	戦後すぐ	2代目	80代で、後継ぎなし	銃砲、金物→金物、刃物、鍵作りや修理
④花屋洋品店	紳士衣料品店	昭和21年	2代目	60代で、後継ぎなし	花屋→唐物屋→メンズショップ
⑤佐野平洋品店	衣料品店	昭和23年	3代目	60代で、後継ぎなし	足袋の製造販売→衣料品
⑥陽月堂薬局	処方せん薬局	昭和7年	3代目	50代で、後継ぎ未定	お薬屋→ドラッグストア→処方せん薬局
⑦マルコシ洋傘	傘屋	昭和30年	初代	80代で、後継ぎ未定	傘の販売・修理
⑧天平堂仏具店	仏具店	昭和39年	2代目	60代で、後継ぎなし	仏具の販売
⑨松坂屋	かばん屋	昭和22年	2代目	50代で、後継ぎ未定	そば屋→カバン、バッグ、小物／ネット販売
⑩チャカナ	女性雑貨屋	平成20年	貸店舗	30代女性	女性用の衣料品、雑貨
⑪千代田湯	銭湯	昭和35年	初代	70代で、後継ぎなし	銭湯
⑫池上青果店	八百屋	昭和23年	2代目	70代で、後継ぎなし	野菜
⑬魚利	魚屋	昭和29年	初代	80代で、後継ぎなし	魚の加工・販売
⑭山本園茶店	茶屋	昭和23年	初代	80代で、後継ぎなし	日本茶、のり→日本茶、のり、コーヒー、中国茶

⑮珈琲文明	喫茶店	平成 19 年	貸店舗	40 代で、後継 ぎ未定	コーヒー、軽食
⑯まぐろ屋	魚屋	昭和 48 年	初代	70 代で、長男 が 2 代目予定	まぐろ中心の加工・販売
⑰白洋舎	クリーニング 屋	昭和 32 年	2 代目	70 代で、後継 ぎなし	紳士服の制作→クリーニング
⑱肉のナカノ	肉屋	昭和 31 年	2 代目	70 代で、後継 ぎなし	牛肉・豚肉・鶏肉の加工販売
⑲八百文商店	八百屋	昭和 25 年	2 代目	70 代で、長男 が 3 代目予定	野菜・果物の販売
⑳イーはとーぶ	喫茶店	昭和 31 年	2 代目	70 代で、後継 ぎなし	コーヒー、軽食
㉑コットン芝垣	裁縫工房	昭和 33 年	2 代目	70 代で、後継 ぎなし	裁縫、布などの販売
㉒サカマ	質屋	昭和 39 年	3 代目	40 代で、後継 ぎ未定	ブランド、貴金属、楽器等の買取り・ 販売

表 2 から見れば、個人店後継者問題は懸念されるだろう。

では、現代における商店街が生き残る理由、あるいは存在する利点はいったい何だろう。一つは、世代間の交流にあるだろう。大型店舗は利便性があるが、店舗側と顧客の間にほとんど交流がない。一方商店街のお店はお客と世間話でも色々とお話ができるし、そしてお野菜の食べ方、お魚の見分け方、道具の使い方などまで積極的に教える機会と場がある。もう一つは顔見知りが多いということで、安全・安心まちづくりの重要な担い手だと考えられ、大型店舗ができないことをサポートしている。つまり商店街は商売を超えて、成功すれば生き残る。地域の人々に必要とされていけば、地域と共存する。

しかし、近くに東急東横線があつて六角橋商店街やモトスミオズ通りのような駅前型商店街は将来的に、残るだろう。東横線は渋谷・横浜・みなとみらいを結ぶ唯一の交通手段である。そして、渋谷・武蔵小杉・横浜の駅前再開発によってさらなる将来性が望まれる。跡継ぎはいなくても、貸し店舗になったりして若い世代が入って、新しい、面白いお店になる可能性が高い。駅前商店街は生鮮三品がない商店街になるかもしれないが、減びていくわけにはいかないだろう。

五、終わりに

時代の流れによって、商店街側も顧客側（地域住民）も変わってきている。以前、三食の食材を買うために、毎日お客さんが商店街に来ている風景はもうなくなった。家族構成は大家族から核家族へ移行してきて、女性もどんどん社会に進出し、大型スーパーやショッピングセンターができてから 1 週間の食材をまとめて買う家庭も少なくなっている。一方、商店主や顧客も高齢者が多くなりつつある。年を取ってお店をやめてしまう商店主も多数出たし、もう高齢で商店街まで来られない、家に閉じこもっているお年寄りも多くなっている。

だから、商店主や住民を含める都市の市民たちは生活環境の変化によってライフスタイルも変わってきているといえるだろう。以前の業種をやめたお店にも若い人たちが入ってきて、喫茶店、アクセサリ―とかファッション系のお店が増えたことから、新しい業種に変える傾向が見られ

る。

今後の課題として、高齢者・障害者・子育て中ママなどの人々の買い物ができるようにするための工夫をし、例えば米や野菜や調味料など重いものを週一回ぐらい配達する宅配サービスをすることも必要だと思われる。電話・携帯・ネットなどの通信手段を使いこなして、商店街側の総合的情報発信を磨けばいい。

参考文献

1. 市と行商の民俗／北見俊夫著．岩崎美術社，1970
2. 商店街のまちづくり戦略／酒巻貞夫．創成社，2008
3. 都市の民俗学／宮田登．吉川弘文館，2006
4. ライフスタイルセンターの構築／六車秀之．同文館出版，2007
5. 「商い」から見た日本史／伊藤雅俊・網野善彦・斉藤善之．PHP 研究所，2000
6. モール化する都市と社会／若林幹夫編著．NTT 出版，2013
7. 横浜中華街ー世界最強のチャイナタウン／田中健之．中央公論新社，2009
8. よみがえる商店街ー5つの賑わい再生力／三橋重昭．学芸出版社，2009
9. わが町の昔と今ー神奈川区編／「とうよこ沿線」編集室．2001
10. 大型店 vs 商店街／板倉勇．中央経済社，1985
11. ヨコハマ伊勢佐木町復活への道ー老舗商店街を甦らせる／山田泰造．日本経済新聞出版社，2009
12. 東京・自由が丘商店街ー駅前きもの学院が見てきた30年／山屋光子．はまの出版，2001
13. 商店街の活性化戦略／水谷勝．同文館，1989
14. 繁華街の近代ー都市・東京の消費空間／初田亨．東京大学出版会，2004
15. 商店街コミュニティ活動事例集／神奈川中小企業センター．2003
16. 日本でいちばん元気な商店街ーやる気で変わる！地方の商店街復活への道／加瀬清志．ほおずき書籍，2012
17. かながわ商店街ガイド（平成24年度）／公益社団法人商連かながわ．2013
18. 塚原伸治「「家族／経営」という困難ー「伝統」がもたらす不調和と揺らぎをめぐってー」『東洋文化』93、99-115、2012年
19. 塚原伸治「経営戦略としての「伝統」ー地方都市小売業における伝統的商慣行の選択ー」『現代民俗学研究』2、21-40、2010年
20. 塚原伸治「マチにおける「売るー買う」関係ー商いをめぐる二つの縁ー」『日本民俗学』254、57-85、2008年
21. シャッター通り再生計画／足立基浩．ミネルヴァ書房，2010

22. 変わる商店街／中沢孝夫．岩波新書，2001
23. 無縁・公界・楽／網野善彦．平凡社，1996
24. 老舗企業の研究／横澤利昌編著．生産性出版，2012
25. シニセの家訓／足立政男．心交社，1990

新刊紹介

田辺 悟 著 『民具学の歴史と方法』

「民具」は渋沢敬三（1896～1963）による造語であり、「我々同胞が日常生活の必要から技術的に作り出した身近卑近の道具」（『民具蒐集調査要目』1936）と定義されてきた。長年、横須賀市自然・人文博物館に在職し、海士・海女をはじめ海村民俗研究で多大な成果を残し、日本民具学会々長や国の文化財専門委員など民具研究の最前線で活躍した著者は本書で、民具研究の歴史を総括し、民具学の定立を志向する。

著者は4つの視座、第一は、国の文化財保護法下で定義づけられた民俗資料の性格、第二は、調査蒐集の実務に関わる民俗資料の範囲と分類、第三は、歴史民俗資料館の学芸員による民具の収集・整理・展示・研究の展開、第四は、民具研究の刊行物による啓発、を最初に提示し、民具が文化財保護法の下、行政レベルで扱われたことを評価する。一方、民間学としての伝統は、渋沢の還暦記念出版『日本の民具』（1958）はじめ、『民具マンスリー』、『民具論集』などの刊行物に集う人々により進められ、その結節点が日本常民文化研究所、地域の民俗博物館であり、民具研究が「官」・「民」の協働のもとに展開したことを指摘する。

この立場から、第一部民具学の歴史、第二部民具学の方法、で各論が論じられる。第一部で強調されるのは、民具研究の萌芽を、江戸時代の事物考証や農書・随筆、明治期の坪井正五郎の土俗学に求める見解が示される中、E.S. モースを我が国における「民具学の始祖」として評価。第二部では、柳田國男の『北小浦民俗誌』に対し『北小浦民具誌』を提示し、民俗学への素材提供から脱却し民具学として展開する論理性、科学的方法論の必要性を、釣鉤（釣針）の全国分布を事例に自身が提唱する鎖状連結法を中心に説明する。民具学的前提には、一地域の民具を民具群としてセットでとらえる総合と家から国・民族レベルまで地域の大小を問わない「比較」が必須であり、その比較も個々の民具の系統ではなく構造的な比較でなければならないと提言する。

日本で培われた民具研究は、可視的な物質文化であるだけに言葉の壁を越え、国際的な比較民俗研究の可能性をもつ分野といえ、一読を会員諸氏にお勧めしたい。

（佐野賢治）

四六判 300 頁 慶友社 2015. 11 刊